

法政大学学術機関リポジトリ

HOSEI UNIVERSITY REPOSITORY

日本における製菓業の歴史的展開と地域的特徴 : 地域の産業と経済という視点から

著者	湯澤 規子
出版者	法政大学人間環境学会
雑誌名	人間環境論集
巻	20
号	1
ページ	19-37
発行年	2019-12-30
URL	http://doi.org/10.15002/00022526

日本における製菓業の歴史的展開と 地域の特徴

—— 地域の産業と経済という視点から

湯澤 規子

I はじめに

- (1) 長寿企業としての菓子製造販売業
- (2) 研究の目的と方法

II 製菓業の現状—『全国菓子統計』、『商業統計』、『工業統計』の分析

- (1) 従業員規模からみた製菓業の特徴
- (2) 製菓業の地域的分布—都道府県別出荷額と事業者数

III 製菓業の歴史的展開—近代を中心に

- (1) 「菓子」概念の歴史的変遷
- (2) 近代における同業組合と博覧会によるネットワーク形成
- (3) 近代製菓業の地域の特徴—『日本菓業年鑑』の分析から

IV おわりに

I はじめに

(1) 長寿企業としての菓子製造販売業

約 124 万社の企業情報を網羅している帝国データバンクの企業概要データベース「COSMOS2」の 2008 年データによれば、宗教法人、社団、財団その他公益法人等を除いた 118 万 8,400 社のうち、明治末年（1912 年）までに創業した企業は 24,234 社存在する¹。創業 100 年を超えるこれらの企業を同社では「長寿企業」と定義している。

その内訳をみると、最も多いのは小売業（7,021 社／29.0％）であり、製造業（6,181 社／25.5％）、卸売業（6,034 社／24.9％）がそれに続く。取扱品目別にみて顕著なのは、小売業と製造業とも、そのトップは「飲食品」が占めていることである。業種別分類でみて、清酒製造（784 社）、旅館（646 社）に次いで、菓子製造販売（514 社）が第 3 位であることを加味すると、日本の長寿企業として、飲食品の小売業および製造業、とりわけ菓子製造販売に関わる企業の多さが注目される。つまり、企業数からみた場合、日本の産業として、菓子製造販売業はその歴史的な経緯を含めて重要な位置を占めていることがわかる。

しかし、既往の経済史研究において菓子製造販売業に関する研究は多いとはいえず、重要産業でありながら、「菓子」を産業史的に論じた研究はほとんどない²。また、近年蓄積されつつある食に関わる研究の中でも、一部の食文化研究を除いて「菓子」は等閑視される傾向にあった。それは菓子が主食ではなく、「嗜好品」と位置付けられてきたことに加えて、小規模家族経営によるものを中心であったことから、研究対象の周辺に置かれてきたことに起因する。

それに対する近年の研究として橋爪（2017）は、菓子が時代や社会、価値観を反映する「最も文化的な食べもの」であること、「地域的な特徴をもつ多様な」全国的広がりをもつこと、そして近世・近代・現代へと続く歴史を有しているこ

1 帝国データバンク史料館 HP（2019 年 7 月 23 日アクセス）。

2 その中で橋爪信子『地域銘菓の誕生』思文閣出版、2017 年の成果は注目される。

とに言及して、菓子を経済史の研究対象とする意義を提示した³。

(2) 研究の目的と方法

橋爪が強調した菓子産業が持つ「地域性」に着目すると、菓子製造販売業は地域の産業と経済を明らかにする格好の研究対象にもなり得るといえる。しかし、そのような視点で菓子製造販売業に言及した研究は管見の限りではほとんどなく、僅かに斎藤（1988）が長野県松本における地場産業の1つとして菓子製造業に言及しているに過ぎない⁴。

このような研究動向を確認したうえで、帝国データバンクが明らかにした長寿企業に占める位置づけに鑑みると、あらためて菓子製造販売業の展開を日本の産業史の一局面として検討する必要性が見いだされる。そこで本稿ではその基礎的研究として、日本における菓子の製造部門、つまり製菓業の歴史的展開と地域的特徴を明らかにすることを目的とする。

研究方法としては、現代については①全国菓子協会発行の『菓子統計年報』2018年、②商業統計と工業統計、歴史的に遡る際には③『日本菓業年鑑』1937（昭和12）年などを用い、それらを分析する。

本稿では前半で製菓業の現状を把握し、後半で歴史的に遡って分析する。具体的には第Ⅱ章でまず、各種統計資料により製菓業の現状を全国的な視野から把握する。第Ⅲ章では製菓業の歴史的展開を近代に焦点を当てて検討し、第Ⅳ章で小括と今後の展望を述べる。

Ⅱ 製菓業の現状——『菓子統計年報』、『商業統計』、『工業統計』の分析

(1) 従業員規模からみた製菓業の特徴

現在、製菓業はどのような状況にあるのだろうか。全国菓子協会によれば、製菓業は大きく2つに区別される。1つめは菓子の製造企業から卸売業、小売業を経て消費者に販売される「流通菓子」という区分である。これらは主に、スー

3 前掲2。

4 斎藤慎一「松本における地場産業複合の形成過程」『新地理』36（1）、1988年、17-33頁。

表 1 品目別・従業員規模別の事業所数（2014 年）

品 目	4 人～9 人		10 人～19 人		20 人～99 人		100 人以上		計
	事業所数	割合 (%)	事業所数	割合 (%)	事業所数	割合 (%)	事業所数	割合 (%)	
洋生菓子	455	27	357	21	605	35	291	17	1,708
和生菓子	967	41	568	24	631	27	166	7	2,332
ビスケット類、干菓子	384	37	219	21	319	31	108	10	1,030
米菓	209	37	127	23	173	31	51	9	560
あめ菓子	89	41	40	18	53	24	35	16	217
チョコレート類	25	13	29	15	72	37	67	35	193
他に分類されない菓子	252	30	191	23	262	32	122	15	827

出典：平成 26 年工業統計表「品目編」データ

パーママーケット、コンビニエンスストア、菓子小売店などで販売されているものであり、2002 年の「工業統計（品目別）」によれば、8,751 事業所がそれに該当する⁵。2 つめは菓子製造と合わせて販売も行う「製造小売菓子」である。これは店内で和菓子や洋菓子を製造し、店頭で販売するもので、2002 年の「商業統計」によれば、約 32,000 事業所がそれに該当する。

工業統計表によれば、製菓業は「洋生菓子」、「和生菓子」、「ビスケット類・干菓子」、「米菓」、「あめ菓子」、「チョコレート類」、「他に分類されない菓子」に区分されている。同統計表により従業員規模別の事業所数を示した表 1 によれば、主に「流通菓子」に該当するチョコレート製造業では 100 人以上の比較的大規模な企業が多いが、製菓業は全体としてみれば概して従業員規模が小規模な企業が多いことがわかる。4～9 人規模の企業は、特に和生菓子（41%）、ビスケット類・干菓子（37%）、米菓（37%）に多い。

さらに、「製造小売菓子」に注目して商業統計からその従業員規模を示した表 2 をみると、「2 人以下」の事業所が 40%と圧倒的に多く、「9 人以下」の合計で 90%に及ぶ。つまり、製菓業は少数の大手企業による生産と、多数の中小企業による生産とに二極化し、かつ併存している状況であると理解できる。とりわけ小規模経営の分厚い層が、製菓業を維持する基盤として存在していることは重要で

5 ただし、統計は従業員が 4 人以上の事業所を調査しているため、3 人以下の事業所は含まれない。

表 2 菓子小売業（製造小売）の従業員規模別事業所数（2014 年）

	事業所数	割合（％）
2 人以下	9,086	40
3 ～ 4 人	6,784	30
5 ～ 9 人	4,694	20
10 ～ 19 人	1,803	8
20 ～ 29 人	339	1
30 ～ 49 人	165	1
50 ～ 99 人	53	0
100 人以上	16	0
合計	22,940	100

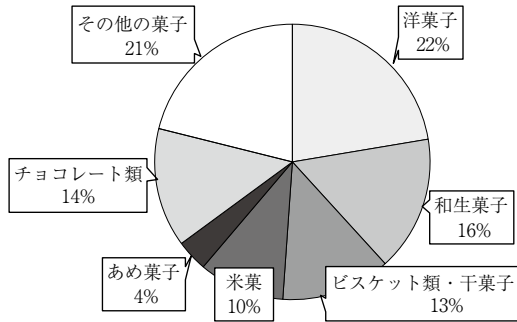
出典：経済産業省「商業統計」平成 26 年

ある。製菓業における大企業は近代以降、いわゆる近代産業の 1 つとして誕生して発展してきた。その一方で、近代以前に創業した事業所も含め、在来産業の範疇に含まれる中小規模の製菓事業所が、今日でも「長寿企業」として経営を維持していることは注目に値する。つまり、製菓業におけるこの二極化を総じてみれば、近代産業と在来産業が併存しつつ、長きにわたって経営を維持してきたと理解される。

(2) 製菓業の地域的分布 —— 都道府県別出荷額と事業者数

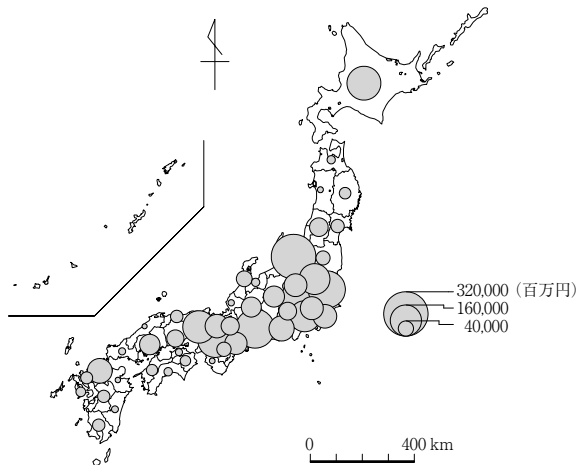
2018 年の『菓子統計年報』によれば、菓子の全出荷額は 3 兆 5,500 億 8,500 万円であり、その内訳は図 1 の通りであった。洋菓子が最も多く 22％を占め、それに和生菓子 16％が続いている。

同じデータを都道府県別でみると図 2 のようになる。最も多いのは埼玉県（3,442 億 300 万円）、それに新潟県（3,232 億 2,280 万円）が次ぐ。茨城県がこれに加わり、関東甲信越地方の中核となっている。東海地方では愛知県、関西地方では大阪府、兵庫県、九州地方では福岡県、そして北海道が卓越している。東北地方、四国地方、北陸地方、南九州地方はやや少ないものの、概ね各地方に製菓業の中核地域が存在しているといえる。菓子種類別の割合でみると、各都道府県



出典：『菓子統計年報』2018年

図1 菓子種類別出荷額割合（2018年）

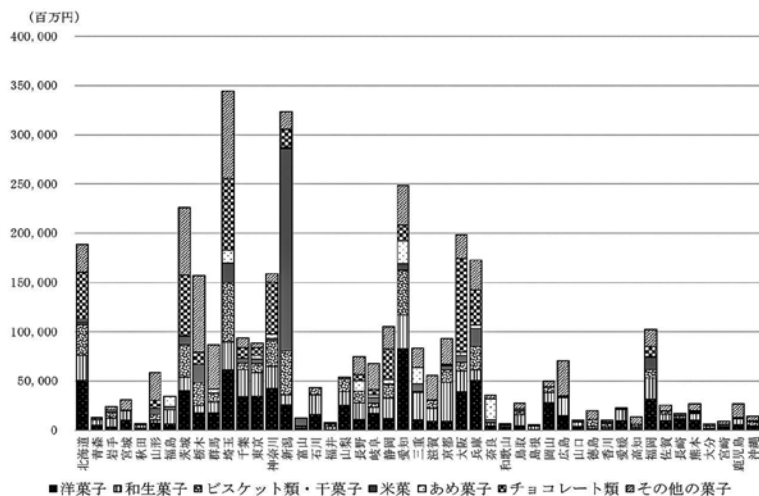


出典：『菓子統計年報 平成30年版』

図2 菓子出荷額（2018年）

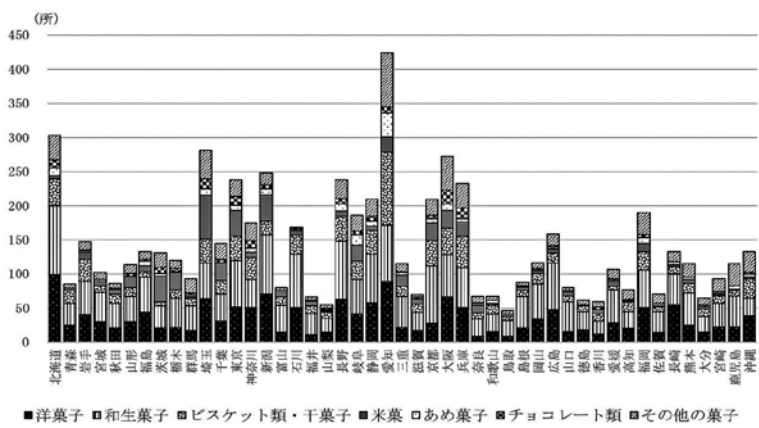
の特徴がさらに明らかになる（図3）。

生産額が最も高い埼玉県ではいずれの品種もまんべんなく生産していることがわかる。それとは逆に、新潟県は米菓の割合が圧倒的に高いことが特徴である。チョコレート類は北海道、茨城県、埼玉県、神奈川県、大阪府、兵庫県での生産額が高く、地域的偏在が認められる。全体に占める和生菓子の割合が高いのは京



出典：『菓子統計年報 平成 30 年版』により作成。

図 3 都道府県別菓子種類別出荷金額 (2018)

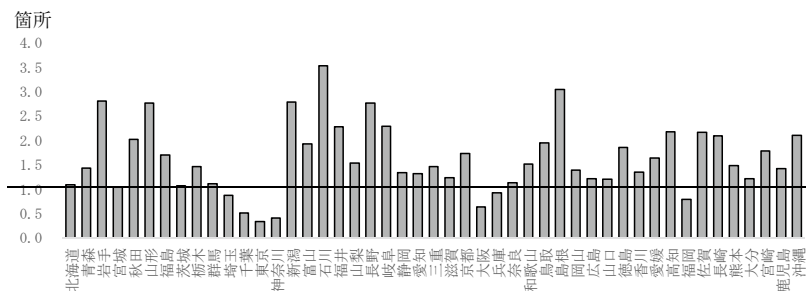


出典：『菓子統計年報 平成 30 年版』により作成。

図 4 都道府県別菓子種類別事業所数 (2018)

都府と三重県である。

次に事業所数の分布を見てみよう (図 4)。事業所数でみると、生産額の偏りに比べて各都道府県に洋菓子、和生菓子がまんべんなく分布していることがわか



出典：『菓子統計年報 平成 30 年版』、『2017 年住民基本台帳に基づく人口、人口動態および世帯数調査』により作成。

図 5 都道府県別 1 万世帯あたり事業所数 (2018)

る。これらはおそらく全国流通する「流通菓子」ではなく主に地域内で消費される菓子を生産する小規模な事業所であると推察される。いわゆる町の洋菓子屋さんや和菓子屋さん、そして地域銘菓の製菓企業などがこれに該当する。つまり、菓子には広く流通するものと、比較的狭い地域内で流通するものという 2 つの市場が存在していることになる。

さらにこのデータを用いて人口や世帯数の多寡による影響を取り除くために、事業所数を 1 万世帯あたりの数に換算すると図 5 のようになる。全国平均の 1.1 を横線で示した。興味深いのは、出荷額でみると比較的高位にある茨城県、埼玉県、神奈川県、大阪府、兵庫県、福岡県が全国平均以下である一方、出荷額が少なかった岩手県、山形県、石川県、長野県、鳥取県、高知県、佐賀県、長崎県、宮崎県、沖縄県などが世帯当たりの事業者数では高位に位置づけられることである。そして、新潟県、愛知県は出荷額、事業所数、世帯当たり事業所数のいずれからみても高い値を示している⁶。

以上、統計から総じてみると、製菓業の地域的特徴には 3 つの形態が見いだされる。第 1 は「流通菓子」を生産する大規模な製菓業者が中心である地域（北海道、茨城県、埼玉県、神奈川県、大阪府、兵庫県）、第 2 は地域内消費を支える

6 世帯当たりの事業所数の多さが何を意味するのかについては、菓子の消費実態を含めて今後ケーススタディを通してより詳細に検討していかなければならない。例えば日常生活における喫茶の習慣、贈答、手土産のやり取り、冠婚葬祭、仏事を含めた行事用の需要などは、地域によって状況が異なると考えられる。

「製造小売菓子」を生産する小規模な製菓業者が中心である地域（岩手県、山形県、石川県、長野県、鳥取県、高知県、佐賀県、長崎県、宮崎県、沖縄県）、第3はその両者ともが中心的位置づけにある地域（新潟県、愛知県）である。

では、こうした地域の特徴はどのように形成されてきたのだろうか。また、製菓業の中心地には歴史の変遷が見られるのだろうか。次章では、製菓業の歴史的展開について述べていきたい。

Ⅲ 製菓業の歴史的展開——近代を中心に

(1) 「菓子」概念の歴史の変遷

前章で分析した『菓子統計年報』で網羅されている菓子は、「洋生菓子」、「和生菓子」、「ビスケット類・干菓子」、「米菓」、「あめ菓子」、「チョコレート類」、「他に分類されない菓子」であった。ただし、これは現代の製菓業を捉える区分である。前出の橋爪（2017）によれば、菓子は食品名ではなく、菓子として位置づけられるある特定の食べものをさす概念であり、そのように認識される対象や根拠が社会背景や価値観に応じ、また外来の食べものを需要しながら変遷してきた⁷。

その歴史を概観すると、7世紀に大陸より流入した加工食物が唐菓子、造菓子（加工菓子）と呼ばれ、従来の果実類を木菓子（自然菓子）とする分類ができた。12世紀になると、大陸の喫茶習慣とともに伝わった点心を受容して菓子の枠組みは広がり、16世紀に砂糖、砂糖を用いる南蛮菓子が欧州から伝わると、砂糖を使用する加工食品が菓子の中心となっていった。

その後、17世紀後期の京都で砂糖を主材料とする菓子が「上菓子」として完成し、19世紀以降は国産の砂糖や飴を材料とする菓子が「駄菓子（関西では雑菓子）」と分類されるようになり、上下観を伴う区別が加わった。さらに、近代には欧米から西洋菓子が伝わり「洋菓子」と呼ばれるようになると、それに対して従来の菓子が「和菓子」と区別されるようになった。それに加えて和菓子、洋

7 前掲2、5-6頁。

菓子はそれぞれ、含有水分量の違いで「生菓子」と「干菓子」に区別され、その間に位置づけられる「半生菓子」というカテゴリーがある。

「和干菓子」には干菓子（打菓子、おこし）、豆菓子、掛物（金平糖）、あめ菓子、米菓（あられ）、焼菓子（せんべい）、油菓（かりん糖、揚げ煎餅、ポテトチップス、ドーナツ）、砂糖漬菓子（甘納豆）が含まれ、「洋干菓子」にはキャンデー、チョコレート、チューインガム、焼菓子（ビスケット類）、スナックが含まれている。

（2）近代における同業組合と博覧会によるネットワーク形成

ここでは製菓業および菓子の消費にとりわけ大きな転換が生じた近代に焦点を当て、製菓業の歴史的展開を検討してみたい。その転換とは、先述した「洋菓子」の登場による「和菓子」という区別の確立のほかに、まず生産については、①新たな材料としての砂糖や練乳の利用増大⁸、②機械の導入と工業への転換⁹、③大手製菓企業の誕生と発展¹⁰、④同業組合の誕生と博覧会による製菓業者のネットワーク形成が挙げられる。そして消費については、⑤鉄道網の整備による流通範囲の拡大、⑥産業勃興による労働者の栄養補給あるいは嗜好品としての菓子需要の高まり¹¹、⑦鉄道旅行の興隆による土産品としての「地域銘菓」の誕生などが挙げられる¹²。本節ではこのうち、④同業組合と博覧会による製菓業者のネットワーク形成に関して若干の検討を加えてみたい。

菓子は明治前期においてもそのほとんどが、幕藩体制下からの伝統的な生産方式による在来産業であって、その生産、流通、消費も局地的に限定されがちであった¹³。しかし、この時期には「菓子ハ全国到ル所トシテ需要セザルハナシ

8 砂糖の供給が増大した背景には、台湾製糖会社などによる植民地との関係があったと推察される。例えばこの時期の製糖産業と市場については平井健介『砂糖の帝国——日本植民地とアジア市場』東京大学出版会、2017年に詳しい。

9 大阪市立工業研究所の英園太郎は1927年の論文で「明治以来外国の機械的工業の形式による製菓業が輸入せられ、今日に於ては洋風菓子は立派な工業にまで発達しました」と述べている。英園太郎「御菓子の歴史」『家事と衛生』3(8)、1927年、42-47頁。

10 森永製菓、明治製菓など。五十嵐千尋「戦間期製菓業における垂直統合——森永製菓のグループ化の事例」『経営史学』51(2)、2016年、25-50頁。

11 黒崎千晴「明治前期、最終需要からみた地域構造——菓子税負担率を指標として」『歴史人類』(12)、1983年、65-105頁。

12 前掲2。

13 前掲11。

而シテ近來倍々其需要ヲ増シ随テ供給者ノ増加セルモ亦幾何ナルヲ知ルベカラズ¹⁴」と記されるほど菓子の生産、消費とも伸長していた。こうした状況の中、1885（明治18）年に酒類、煙草、醤油に加えて菓子も国税賦課対象の主要物資となった。菓子税は北海道、沖縄、伊豆七島、小笠原諸島を除いた全国に賦課されたため、同税が廃止される1896（明治29）年までは、税の負担額を指標として菓子についての全国的把握がある程度可能になった。これを分析した黒崎（1984）によれば、全体としてみれば「明治前期における伝統的需要構造ことにその最終需要はまことに安定的で、しかもそれは市場拡大化の方向をとっていた¹⁵」。府県単位でみると、菓子税の負担率が最も多いのは東京府であり、少ないのは鹿児島県であった。そして、概ね「東高西低¹⁶」の傾向が認められるという。

ところで、この菓子税の廃止を求める運動が1つの契機となって、全国菓子業者が連絡を取り合い、全国組織としての統一を図ることになった。菓子税が施行されるや、各地で菓子業者が団結し、菓子税全廃の陳情運動が展開したのである。その後、菓子税が廃止されると、各地の菓子業者は同業組合の設立を急いだ。1896年から菓子同業組合結成への動きが具体的に始まった¹⁷。例えば大阪では、近世以来の株仲間意識を保持した「菓子仲間」が1872年に解散し、仲間規約を改廃して「菓子商組合」が誕生した。そして1907（明治40）年に製造者と販売者の双方が参加して1,450名の組合員による「大阪菓子製造販売同業組合」へと発展したのである。

この背景には1884（明治17）年に農商務省より同業者組合準則、1900（明治33）年に重要物産同業組合法の施行もあり、大阪に限らず各地で菓子の同業組合が誕生したとみられる。それらの組合が参加して、1910（明治43）年には全国菓子飴業界大会が、翌1911年には帝国菓子飴大品評会が開催されることとなった。それは、名古屋菓子出品組合が「全国菓子飴業者ニ告ス」と題して1910年

14 『第六回日本帝国統計年鑑』159頁。

15 前掲11、72頁。

16 前掲11、77頁。

17 中島孝夫「近代大阪における雑菓子業界の発展過程」『大阪商業大学商学史博物館論集』（16）、2015年、217-229頁。なお、大阪菓子同業組合の創立過程については、同論文に詳しい。

に発した次のような呼びかけから始まった。

「……我国業者諸君ニ図ル往時菓子税附課ノ圧迫ニ憤激シテ大挙其非ヲ鳴ラシ、正々タル手段ニヨリ堂々トシテ当局者ヲ反省セシメ遂ニ其趣旨ヲ貫徹シテ能ク慶祝ノ目的ヲ決行シ得タル勇氣ト思慮トヲ具備セシ、我国斯業者諸君ノ現況ヤ如何、之ヲ顧ミレバ軋々感慨ニ堪エザルモノアリ看ヨ曾テ温故知新ノ途ヲ啓カル全国一致ノ行動ヲ敢行センコトアリト雖モ漸次其疎通ヲ欠キ爾来全国ニ亘ル同業者ノ相会セシ例真ニ稀ニシテ今ヤ寂寥々ノ極ニ到達セシモ之直ニ同業者ノ意氣喪失ヲ表明スル現象タリト断言スルニ憚ラザルベシ

吾徒ハ袖手傍觀スルニ忍ビズ、本春名古屋市ニ於テ府県聯合共進會及名古屋開府三百年記念ヲ併挙サル、千載無比ノ好機ヲ利シ劈頭意思疎通ヲ主トシ知識ノ交換業界ノ發達ヲ画セントシ、弘ク同志ヲ糾合シテ全国同業者大会ノ開催ヲ企テ以テ……

……希クバ同業者諸君可及的同志ヲ相率ヒ挙テ本趣旨ニ翼賛セラレンコトヲ¹⁸⁾」

その後、業界大会と博覧会は継続的に開催された（表3）。これをみると、博覧会への出品者数、出品数が判明する昭和初期までは少なくともその規模が拡大していったことがわかる。審査員数の推移を指標にすると、戦中、戦後物資不足の時期を除いて、戦後はさらに規模が拡大し、発展していったと推測される。

第1回から第10回までの名誉大賞受賞企業をみると（表4）、既に大手製菓企業が登場し、製糖会社、製粉会社などが業界で重要な役割を果たしていたことがわかる。

1931年時点において公称資本50万円以上の企業を示せば、表5のようになる。1899（明治32）に森永太郎が設立した「森永西洋菓子製造所」が1912（大正元）年に株式会社となり、この時点では日本最大の製菓会社に成長していたことがわかる。

18 菓子館新聞社『全国菓子大博覧会六十年の歩み』菓子館新聞社、1968年、9-11頁。

表 3 全国菓子大博覧会と業界大会の開催状況

年次（年）	全国菓子大博覧会						業会大会			出来事
	開催地	回数	審査員 （人）	出品者 （人）	出品数	名称	開催地	回数	名称	
明治 43	1910						名古屋	1		1914～1918 第一次世界大戦
明治 44	1911	東京	1	22	972	2,506	帝国菓子館	東京	2	
明治 45	1912	金沢	2	21	1,006	2,400	大品評会	金沢	3	
大正 8	1919	大阪	3		1,263			大阪	4	
大正 10	1921	広島	4	92	2,253	5,462	全国菓子館 大品評会	広島	5	1923 関東大震災
大正 12	1923	福岡	5	54	1,850	5,620		福岡	6	
大正 15	1926	京城	6	101	2,564	11,700		京城	7	
昭和 3	1928	岐阜	7	106	2,636	12,000		岐阜	8	
昭和 6	1931	松山	8	142	2,363	7,296		松山	9	1940 菓子の公定価格制 1939～1945 第二次世界大戦
昭和 8	1933	新潟	9	151	2,591	7,025		新潟	10	
昭和 10	1935	仙台	10	189			全国菓子 大博覧会	仙台	11	
昭和 12	1937	—	11					名古屋	12	
昭和 14	1939	大分	12	174				大分	13	
昭和 27	1952	横浜	13	187				横浜	14	
昭和 29	1954	京都	14	477				京都	15	
昭和 32	1957	長崎	15	469				長崎	16	
昭和 36	1961	名古屋	16	621				名古屋	17	
昭和 37	1962	—	17					神戸	18	
昭和 38	1963	—	18					熱海	19	
昭和 40	1965	秋田	19	526				秋田	20	
昭和 43	1968	札幌	20					札幌	21	

出典：松本重太郎『全国菓子大博覧会—六十年のあゆみ』菓子館新聞社より作成。出品者と出品数は菓子新報社調査部編『日本菓業年鑑 昭和 12 年版』菓子新報社、1937 年より作成。

(3) 近代製菓業の地域的特徴——『日本菓業年鑑』の分析から

1923（大正 12）年、福岡市で開催された第 6 回全国菓子館業者大会において全国菓業組合連合会（以下、全菓連）の創設が提案され、1925（大正 14）年、約 200 名の全国各地業者が出席して創設された。以後、全国菓子館大品評会は全菓連が主催することとなった¹⁹。京城で開催された第 6 回全国菓子館大品評会では前回と比べて出品者が約 1.4 倍、出品数は 2 倍になり、この時期に製菓業がますます盛んになっている様子がうかがえる。

19 前掲 18、148-150 頁。

表4 全国菓子飴博覧会における名誉大賞一覧

回	西暦	品名	都道府県	企業名
第1回	1911年	ミンツ・バナナドロップス	東京	森永商店
		ミヅホ・テイビスケット	東京	東洋製菓会社
		富士・四二号クラツクネル	大阪	大阪製菓会社
		AKA SSA 印砂糖	東京	大日本製糖会社
		富士印小麦粉	東京	日本製粉会社
第2回	1912年	旭印小麦粉	東京	日清製粉会社
		シニアロルト	東京	東洋製菓会社
		洋式掛菓子	東京	森永商店
		精糖 LB・SS	大阪	大日本製糖出張所
		小麦粉青ペント	兵庫	増田製粉所
		小麦粉	兵庫	日本製粉工場
		EW・YW 精糖	神奈川	明治製糖会社
		小麦粉赤ダイヤ	福岡	大里製粉所
第3回	1919年	A 白双	台湾	塩水港精糖会社
		ビスケット	東京	東洋製菓会社
		栗おこし	大阪	小林林之助
		練羊羹	和歌山	岡本善右衛門
		砂糖	台湾	台湾製糖会社
第4回	1921年	ビスケット	東京	東洋製菓会社
		チヤイナマール	東京	東京菓子会社
		水無飴	東京	今村製菓会社
		栗おこし	大阪	小林林之助
		原料糖	兵庫	台湾製糖会社
		小麦粉	兵庫	増田製粉会社
第5回	1923年	精糖	福岡	大日本製糖会社
		水無飴	東京	中央製菓会社
第6回	1926年	栗おこし	大阪	小林林之助
		ニューケット	東京	中央製菓会社
第7回	1928年	ビスケット	神奈川	日本製菓会社
		カルケット	東京	中央製菓会社
		小麦粉	東京	日清製粉会社
		カステラ	大阪	時本吉太郎
		カステラ	長崎	白水喜八
第8回	1931年	ビスケット	愛知	東海製菓会社
		水飴	徳島	日本製飴会社
		磯千貝	大阪	奥野正太郎
		食パン	大阪	丸キ号会社
		カステラ	長崎	細井利吉
		納屋橋饅頭	愛知	三輪伊三郎
		柿羊羹	岐阜	槌谷祐七
第9回	1933年	晒水飴	徳島	日本製飴会社
		練羊羹	愛媛	相原穂太郎
第10回	1935年	カステラ	長崎	黒瀬早太
		精製糖	東京	大日本製糖会社
		デコレーションケーキ付属飾台	東京	石川禮隆
		御田笠せんべい	大阪	稲葉兎一郎
		斗六納豆	大阪	北川半介
		カステラ	長崎	伊藤辰蔵
		昆布羊羹	青森	高松藤吉
		練羊羹	島根	上田幸之助
第10回	1935年	仁○加煎餅	福岡	高木考太郎

出典：菓子新報調査部編『日本菓業年鑑 昭和12年版』菓子新報社、1937年、62-70頁

表5 公称資本50万円以上の企業一覧（1931年）

企業名	資本（万円）
森永製菓株式会社	1,500
明治製菓株式会社	500
佐久間製菓株式会社	200
今村製菓株式会社	125
東海製菓株式会社	110
北越製菓株式会社	100
井熊製菓株式会社	75
東洋製菓株式会社	60
三立製菓株式会社	55
中央青果株式会社	50
A B C 製菓株式会社	50
帝国製菓株式会社	50
大阪三河屋製菓株式会社	50
鹿児島製菓株式会社	50

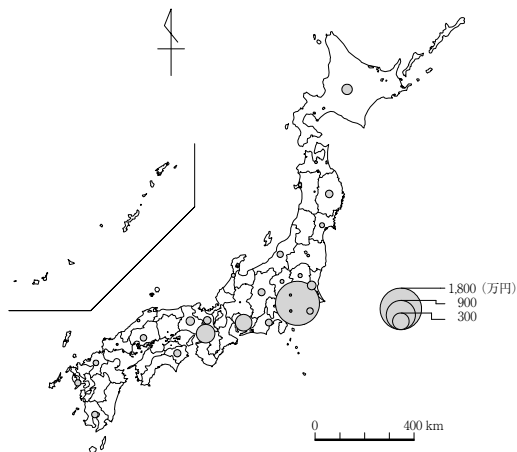
出典：産業経済調査所編『製菓工業の話：附・乳製品工業の話』産業経済調査所、1931年、5-6頁より作成。

以下ではこの時期、製菓業にどのような地域の特徴があったのかを、『日本菓業年鑑 昭和12年版』から確認してみたい。まず製菓資本を都道府県別に示すと図6のようになる。

資本規模でみると東京都が圧倒的に大きく、大阪府と愛知県がそれに続いている。第Ⅱ章で示したのは菓子出荷額を指標にした現代の地域の特徴であったが、それと比べても近代においては地域的偏在が顕著であったことがわかる。

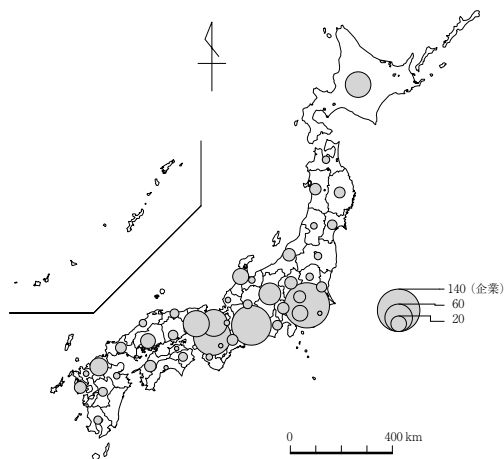
次に同年の企業数からその分布をみると（図7）、東京都、愛知県、大阪府の企業数が多いものの、全国各地に製菓企業が分布していることがわかる。つまり、図6と合わせると、東京都には資本規模の大きな企業が集中し、その他の地域では中小規模の企業が多いと推察される。

それは、資本金額の内訳を企業形態別に見ると明らかになる（表6）。例えば



出典：菓子新報調査部編『日本菓業年報 昭和 12 年版』
菓子新報社、1937 年、1-13 頁

図 6 製菓資本の分布 (1937 年)



出典：菓子新報調査部編『日本菓業年報 昭和 12 年版』
菓子新報社、1937 年、1-13 頁

図 7 製菓企業数 (1937 年)

企業数の多い、東京都、愛知県、大阪府を比較してみると、企業形態の構成割合にそれぞれ特徴がある。例えば東京都は株式会社が 92.3%、合資会社が 6.5%、合名会社が 1.2%であるのに対し、愛知県は株式会社が 72.5%、合資会社が

表6 製菓資本金額 (1932 年)

	株式		合資		合名		合計	
	円	%	円	%	円	%	円	総額に占める割合 (%)
北海道	1,213,000	88.6	115,350	8.4	41,400	3.0	1,369,750	2.8
青 森	100,000	90.1	11,000	9.9	0	0.0	111,000	0.2
岩 手	650,000	93.1	28,310	4.1	20,000	2.9	698,310	1.4
宮 城	300,000	84.5	34,000	9.6	21,000	5.9	355,000	0.7
秋 田	0	0.0	37,835	82.5	8,000	17.5	45,835	0.1
山 形	0	0.0	6,386	100.0	0	0	6,386	0.0
福 島	100,000	80.5	22,500	18.1	1,800	1.4	124,300	0.3
茨 城	850,000	93.0	11,100	1.2	53,000	5.8	914,100	1.9
栃 木	220,000	94.4	13,000	5.6	0	0.0	233,000	0.5
群 馬	200,000	75.2	66,000	24.8	0	0.0	266,000	0.5
埼 玉	80,000	73.9	20,300	18.7	8,000	7.4	108,300	0.2
千 葉	500,000	99.7	1,500	0.3	0	0.0	501,500	1.0
東 京	20,257,400	92.3	1,421,461	6.5	271,500	1.2	21,950,361	44.8
神奈川	90,000	9.9	382,000	41.9	439,100	48.2	911,100	1.9
新 潟	465,000	93.4	33,000	6.6	0	0.0	498,000	1.0
富 山	0	0.0	7,900	62.2	4,800	37.8	12,700	0.0
石 川	200,000	41.2	89,500	18.5	195,400	40.3	484,900	1.0
福 井	0	0.0	9,000	64.3	5,000	35.7	14,000	0.0
山 梨	65,000	22.8	70,000	24.6	150,000	52.6	285,000	0.6
長 野	579,500	74.3	153,300	19.7	47,000	6.0	779,800	1.6
岐 阜	30,000	34.9	36,000	41.9	20,000	23.3	86,000	0.2
静 岡	550,000	93.6	12,800	2.2	25,000	4.3	587,800	1.2
愛 知	2,990,000	72.5	558,047	13.5	577,500	14.0	4,125,547	8.4
三 重	0	0.0	48,500	27.5	128,000	72.5	176,500	0.4
滋 賀	0	0.0	3,350	52.8	3,000	47.2	6,350	0.0
京 都	645,000	51.4	151,820	12.1	458,200	36.5	1,255,020	2.6
大 阪	3,710,000	49.5	2,195,500	29.3	1,583,748	21.1	7,489,248	15.3
兵 庫	820,000	58.5	288,510	20.6	293,500	20.9	1,402,010	2.9
奈 良	0	0.0	3,000	40.0	4,500	60.0	7,500	0.0
和歌山	0	0.0	6,000	4.4	130,000	95.6	136,000	0.3
鳥 取	0	0.0	20,440	100.0	0	0.0	20,440	0.0
鳥 根	100,000	92.4	2,400	2.2	5,800	5.4	108,200	0.2
岡 山	22,000	45.1	26,750	54.9	0	0.0	48,750	0.1
広 島	500,000	81.4	47,000	7.6	67,424	11.0	614,424	1.3
山 口	62,000	68.1	24,040	26.4	5,000	5.5	91,040	0.2
徳 島	600,000	98.1	11,500	1.9	0	0.0	611,500	1.2
香 川	10,000	76.9	3,000	23.1	0	0.0	13,000	0.0
愛 媛	0	0.0	35,314	77.9	10,000	22.1	45,314	0.1
高 知	0	0.0	4,300	30.1	10,000	69.9	14,300	0.0
福 岡	380,000	45.2	95,090	11.3	365,500	43.5	840,590	1.7
佐 賀	0	0.0	11,368	69.5	5,000	30.5	16,368	0.0
長 崎	470,000	57.0	352,100	42.7	2,800	0.3	824,900	1.7
熊 本	0	0.0	117,000	50.8	113,349	49.2	230,349	0.5
大 分	0	0.0	8,550	100.0	0	0.0	8,550	0.0
宮 崎	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
鹿児島	500,000	97.1	8,100	1.6	6,800	1.3	514,900	1.1
沖 縄	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
総 計	37,258,900	76.1	6,603,921	13.5	5,081,121	10.4	48,943,942	100.0

出典：菓子新報調査部編『日本菓業年鑑 昭和12年版』菓子新報社、1937年、1-13頁

13.5%、合名会社が14%である。そして大阪府は株式会社が49.5%、合名会社が29.3%、合名会社が21.1%である。

90%以上が株式会社による資本である都道府県が11ある一方、半分以上は合資、合名会社である府県が23ある。そのうち、株式会社による資本がない府県は16である。つまり、少なくとも資本金額と企業形態を指標としてみると、都道府県によって製菓業をめぐる状況はかなり多様であったといえるのである。

Ⅳ おわりに

本稿は、菓子製造販売業の展開を産業史の一局面として検討するための基礎的研究として、日本における菓子の製造部門、つまり製菓業の歴史的展開と地域的特徴を明らかにすることを目的とした。

最新の『菓子統計年報』（平成30年版）によれば、製菓業は少数の大手企業による生産と、多数の中小企業による生産とに二極化し、併存している状況であると理解できた。とりわけ小規模経営の分厚い層が、製菓業を維持する基盤として存在していた。それを反映して、菓子の市場は、第1に海外を含めた広範囲へ流通する「流通菓子」、第2に生菓子を中心とした「製造小売菓子」という2つが併存している状況である。

都道府県別に地域的特徴を検討すると、製菓業の地域的特徴には3つの形態が見いだされた。第1は「流通菓子」を生産する大規模な製菓業者が中心である地域（北海道、茨城県、埼玉県、神奈川県、大阪府、兵庫県）、第2は地域内消費を支える「製造小売菓子」を生産する小規模な製菓業者が中心である地域（岩手県、山形県、石川県、長野県、鳥取県、高知県、佐賀県、長崎県、宮崎県、沖縄県）、第3はその両者が併存する地域（新潟県、愛知県）である。

製菓業をめぐるこうした経営形態、地域的特徴を歴史的に検討するため、本稿では特に近代に焦点を当てて分析した。近代には新たな材料や技術が導入され、洋菓子が発達した一方、和菓子という区分が確立し、生産が拡大した。それに加えて製菓業にとってより大きな転換であったのは、全国各地の製菓業者が組織を形成し、1910（明治43）年には全国菓子飴業界大会が、翌1911年には帝国菓子

飴大品評会が開催されるに至ったことである。さらに 1925（大正 14）年には、全国菓業組合連合会が創設され、全国ネットワークが確固たるものとなった。菓子飴品評会への出品者数、出品数も漸次拡大し、近代において製菓業が量的にも質的にも発展していったことが確認された。

こうした状況をより詳細に検討するために、『日本菓業年鑑 昭和 12 年版』を用いて都道府県別の特徴を分析した。資本金でみると、東京都への集中が顕著であり、大企業の登場や地域的偏在が推察された。一方、事業所数や企業形態でみると、中小規模の製菓企業が分厚く存在し、かつ都道府県によって製菓業をめぐる状況はかなり多様であった。

現代と近代、いずれのデータにおいても共通していたのは、製菓業が持つ地域的多様性と、大企業と中小企業の併存、市場の二重性であった。この特徴は製菓業独自の傾向であるのか、他産業との比較を視野に入れ、産業史の一環としてケーススタディを通して検討する必要がある。

また、その後の 100 年を経た現代において、この時期の製菓業の地域的特徴がどのように継続しているのか否か、稿をあらためて検討してみたい。少なくとも冒頭で示した帝国データバンクの企業データにもとづけば、大手製菓企業のみならず、中小製菓企業もまたその後の 100 年を生きのび、経営を持続させてきたことは事実である。重要であるのは、企業規模に関わらず、それぞれの企業がその後の社会の変化にどのように対応し、いかなる経営方針で長寿企業となり得たかを今後さらに追究することであろう。その際には、個々の企業研究と合わせて、組合組織がどのような役割を果たし、地域の経済を支える産業として、製菓業にどのような施策がなされてきたのかについても言及しなければならない。以上を今後の課題とする。